

FAKTOR-FAKTOR PENDORONG MAHASISWA DI KAMPUS UNISLA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BARANG *PRELOVED*

(Barang bekas)

*(FACTOR S DRIVING THE STUDENTS ON THE
CAMPUS OF UNISLA TOWARDS PRELOVED
BUYING DECISIONS OF USED GOODS)*

Fahrizal Efendi Mause

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Lamongan

boldlast@gmail.com

Website:

https://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/jekma

Abstrak

Secara mendasar kebutuhan pokok manusia terdiri dari kebutuhan pangan, sandang dan papan. Namun pada zaman *modern* ini kebutuhan manusia makin beragam. Tingkat kebutuhan masyarakat yang makin beragam dan terus menerus mengalami progres mengakibatkan masyarakat kesulitan dalam hal menentukan mana kebutuhan primer dan mana kebutuhan sekunder. Berdasarkan latar belakang masalah sebagai mana telah dikemukakan diatas, maka rumusan permasalahannya adalah: Apakah Faktor-faktor Pendorong yang terdiri dari produk (product), harga (price), promosi (promotion), distribusi (place), berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian barang *preloved*? Apakah Faktor-faktor Pendorong yang terdiri produk (product), harga (price), promosi (promotion), distribusi (place), berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian barang *preloved*? Variabel manakah yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian barang *preloved*? Dalam penelitian ini populasi berjumlah 488 mahasiswa dengan sampel terdiri dari 83 sampel dihitung dengan rumus slovin. Hasil dan kesimpulan variabel Produk, Harga, Promosi, Distribusi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci:

*Produk, Harga, Promosi,
Distribusi, Keputusan
Pembelian*

Keywords :

Product, Price,
Promotion,
Distribution, Purchase

Abstract

Basically, basic human needs consist of food, clothing and shelter needs. But in modern times human needs are increasingly diverse.

The increasingly diverse levels of community needs and continuous progress have resulted in the community having difficulty in determining which primary needs and secondary needs are. Based on the background of the problem as stated above, the formulation of the problem is: Are the Driving Factors consisting of the product, price, promotion, distribution, place, have a partially significant effect on purchasing decisions preloved goods? Do the Driving Factors consisting of product, price, promotion, distribution, place have a significant effect simultaneously on the decision to purchase preloved goods? Which variable has the dominant influence on the preloved purchase decision? In this study a population of 488 students with a sample consisting of 83 samples calculated by the Slovin formula. The results is Product variables, Price, Promotion, Dustribution influence purchasing decisions.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Bachari. 2010. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa*. Alfabeta, Bandung
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*. Rajawali Pers, Jakarta
- Dermawan, Deni. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Cetakan Kedua. Bandung:PT. Remaja Rosdakarya
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hardiawan, Anandia Cahya. 2014. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian secara Online. *Jurnal Teknologi*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran Ed.milenium 2*. PT. Ikram Mandiri abadi, Jakarta
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2010. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Gelora Aksara Pratama, Jakarta
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2010. *Manajemen Marketing*. Edisi 13, Erlangga, Jakarta
- Limakrisna, Nandan dan Dr. Ir. Wilhelmus Hary Susilo. 2012. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis*, Mitra Wacana Media, Jakarta
- Lovelock, Christopher dan Lauren Wright, 2010 *Manajemen Pemasaran Jasa* Cet. II, Indeks, Jakarta.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2010. *Perilaku Konsumen*, Refika Aditama, Bandung

- Muttaqin, Zainal. 2014. Facebook Marketing dalam Komunikasi Pemasaran Modern. *Jurnal Teknologi*, Vol.1 No.2
- Rahmawati, Siti Annisa dan Ibnu Widiyanto. 2010. Andecedent Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Manajemen*. Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro
- Stanton, William j. 2010. “*Manajemen Pemasaran*”, Jakarta.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Bandung : Alfa Beta
- Sumarni, Murti dan John Soeprihanto. 2010. *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)*. Edisi ke 5. Yogyakarta: LibertyYogyakarta
- Swastha, Basu dan Irawan. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Srategi Pemasaran*. Andi, Yogyakarta
- Yazid. 2010. *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*. Ekonisia, Jakarta